

Bouko 01

Туризм і його вплив на транснаціоналізацію культури дозвілля.

Бойко О.

В статті розглядається туризм як вид культурно-дозвілєвої діяльності. Акцентовується увага на значенні туризму в процесах транснаціоналізації культури. Показано, що туризм завжди сприяв взаємозв'язкам між народами. Звернуто увагу на чинники, які впливають на формування туризму – глобалізація, інформатизація суспільства, технологізація.

Ключові слова: дозвілля, туризм, транснаціоналізація культури.

Бойко О. Туризм и его влияние на транснационализацию культуры досуга.

В статье рассматривается туризм как вид культурно-досуговой деятельности. Акцентируется внимание на значении туризма в процессах транснационализации культуры. Показано, что туризм всегда способствовал налаживанию контактов между народами. Акцентируется внимание на условиях, которые влияют на формирование туризма – глобализация, информатизация общества, технологизация.

Ключевые слова: досуг, туризм, транснационализация культуры.

Boyko O. Tourism and his influence on the transnationalization cultures of leisure.

In the article examined of the modern type of leisure – tourism. Attention is accented on a value of tourism in the processes of transnationalization culture. It is shown that tourism was always instrumental in adjusting of contacts between people. Attention is accented on terms which influence on forming of tourism is globalization, informatization of society, influence of technologies.

Keywords: leisure, tourism, transnationalization cultures.

У добу інформаційного суспільства значимість дозвілля для людини у забезпеченні фізичного та духовного розвитку особистості, у реалізації її творчого потенціалу не викликає сумнівів. Однією з форм культурно-дозвілєвої діяльності і виступають різні види туризму, які є засобом рекреації, комунікації, підвищення рівня освіти та загальної культури шляхом ознайомлення з побутом, традиціями та віруваннями, стилем та характером

життя інших народів, з культурною спадщиною людства та перлинами природи. Туризм представляє собою невід'ємну частину життя суспільства та виступає феноменом світового масштабу.

Актуальність. Перехід суспільного розвитку до моделі «вільного часу» урізноманітнює проведення дозвілля, яке орієнтується на інтелектуалізацію, саморозвиток, посилює культурну функцію туризму. Так, безпосереднє спілкування різних народів і різних культур сприяє взаємозбагаченню та саморозвитку певної культури, відіграє значну роль в укріпленні миру та порозуміння на планеті, розширює культурні та ділові контакти. З іншого боку, туризм, прискорюючи культурний обмін, прискорює і інноваційні процеси в культурі. У зв'язку з цим актуальною стає проблема кроскультурних комунікацій (поведінка туристів в іншому культурному середовищі, спроможність і здатність до сприйняття інших культурних традицій, іншої культури). Слід відмітити, що особливої актуальності дослідженню туризму надає не лише ситуація глобальних трансформацій сучасного світу, а й вибір Україною європейського вектору розвитку, необхідність побудови в ній демократичного, відкритого громадянського суспільства.

Ступінь наукового дослідження проблеми.

В Україні перші спроби соціально-філософського аналізу феномену туризму започатковано в Україні лише декілька років тому з причин швидкого розширення сфери туристичної науки та освіти в нашій державі. Серед українських дослідників, які заклали засади соціально-філософського дослідження туризму, варто назвати таких авторів як В.Г.Антоненко, В.С.Горський, С.В.Горський, І.А.Зязюн, О.І.Левицька, Я.В.Любимий, В.В.Лях, В.А.Малахов, Г.П.Науменко, В.С.Пазенок, Т.С.Пархоменко та багато інших.

Виважений філософський, соціально-філософський дискурс феномену туризму був би також неможливий без праць зарубіжних філософів, присвячених дослідженню комунікативних механізмів і соціально-онтологічних засад зустрічі, діалогу, комунікації культур, "мотиву чужого" в сучасній філософії. Йдеться, насамперед, про праці К.-О.Апеля, Б.Вальденфельса,

В. Вельша, Ю. Габермаса, П. Гайдено, С. Гантінгтона, В. Гьослє, О. Гьофе, Е. Гуссерля, Г. Марселя, В. Ріделя, Е. Соловйова, К. Ясперса та інших.

Разом з тим, у зазначених працях ще недостатньо досліджені питання глибинної екзистенційної комунікації в туризмі, вплив туризму на формування та трансформацію світоглядних і ціннісних орієнтацій соціальних суб'єктів, а також значення комунікації в туристській сфері, роль пізнавального туризму в сфері дозвілля, а також туризм в освітньому просторі.

Постановка проблеми. Отже, зважаючи на те, що проблема туризму як форми дозвілля у розумінні його людинотворчого потенціалу розглянуто недостатньо, то *мета* нашої праці показати вплив туризму на транснаціоналізацію культури дозвілля.

Термін «туризм» почав використовуватися приблизно у 1800 році, коли в опублікований у Франції словник французької мови було включено визначення туриста, як мандруючого з цікавості або з ціллю «вбити час». Як вважають вітчизняні дослідники, слово «туризм» бере початок від латинського *tornus* (рух по колу, крутити). У французькій мові «*tour*» означає прогулянка, поїдка, що найбільш близько до сучасного тлумачення етимології слова «туризм».

Сьогодні існує багато тлумачень та інтерпретацій самого визначення «туризм» як за кордоном так і в Україні, що свідчить, на наш погляд, з одного боку, про відкритий характер проблеми, а, з іншого, про усвідомлення науковою спільнотою багатогранності та складності туризму як соціального явища.

Перші спроби теоретичного осмислення туризму в предметному полі відносяться до 60-х років ХХ століття. Так, Д.Дж. Бурстин стверджував, що турист зачарований усім несправжнім та поверховим – «псевдоподією» [4.,319]. Реклама та засоби масової інформації, образи, які відповідають туристським попитам продюсують замкнуту безкінечну систему ілюзій, яка служить основою для туриста у відборі та оцінці потенційних туристських дестинацій. Дестинацією називається територія, яка пропонує певний набір

послуг, що відповідають вимогам туриста, задовольняють його попит на перевезення, харчування, розваги тощо та є ціллю його мандрівки. Дестинація повинна мати: а) певний набір послуг; б) пам'ятки; в) інформаційні системи.

В 70-х роках ХХ століття туризм стає об'єктом антропологічних досліджень. В рамках даного підходу великий інтерес представляють праці американського соціолога Д. Маккенела, який здійснив загальнонауковий аналіз туристських потоків з семіотичної, антропологічної, соціальної точок зору. Д. Маккенел розглядав туризм як нову теорію дозвілєвого класу, одним з перших застосував семіотичний підхід до туризму та розширив хронологічні рамки свого дослідження – від глибокої давнини до сучасності: «те, що починалося як діяльність, яка пристала герою (Олександр Македонський), поступово стає цілю соціально організованої групи (хрестоносці), ознакою статусу цілого суспільного класу (гранд-тури англійських джентльменів) та, на кінець, переростає в універсальний досвід (туристи)», - писав він [7., 14].

Аналіз поведінки туриста, як у повсякденній обстановці, так і на відпочинку, привів дослідника до наступних висновків. По Д. Маккенелу, турист – модель сучасної людини «взагалі» (*modern-man-in-general*), що є характерною для статистичного представника середнього класу західного світу, який «прочісує світ у пошуках досвіду та вражень» [7.,14]. Він також висунув передбачення, яке пізніше розвинув Ж.Бодрійяр та Дж. Уррі, про те, що комерційна природа туризму ініціює утворення туристського простору, яке складається з туристських пам'яток – «кривих дзеркал», які відображають зовнішній зміст, але не є істинними пам'ятками, які бажають туристи в реальності» [7.,74].

Антропологи підкреслюють значення туризму у формуванні «нової реальності» сучасної західної цивілізації. Для опису останньої Д. Кліффорд пропонує поняття *travelling culture* - це і «мандруюча культура», і разом з тим «культура мандрів», тобто культура яка робить ставку на гібридний, космополітичний досвід самопрезентації [5., 24].

3. Бауман у своїй праці «Від паломника до туриста» подає аналіз фігури паломника, бродяги, гравця, туриста у філософсько-історичній перспективі. На його думку вони виконують роль яскравих парадигмальних зразків культурного простору ідентичності. Він також відмічає, що «туризм колись населяв обочину власне соціальної дії (якщо бродяга був маргіналом, то туризм був маргінальною діяльністю), але тепер перемістився у центр (як типаж і як діяльність)» [1., 145]. На думку З. Баумана, в тій же праці, ціль руху туриста є нове переживання, «турист свідомо та систематично шукає пригод, нових, не схожих на старі хвилювання, оскільки радощі давно знайомого увійшли в звичку та більш не захоплюють» [1., 146].

До психологічної інтерпретації феномену туризму зверталися А. Адлер, А. Маслоу, Ф. Пірс, які в своїх працях, через концепцію індивідуального життєвого простору розглянули мотиваційну основу здійснення мандрівок.

Філософська інтерпретація сучасного туризму як рекультивація архаїчного номадизму звучить в працях Ж. Дельоза та Ф. Гваттарі, де номада - це кочова культура, на противагу різомі – корінню. Якщо «осілий» характер європейської цивілізації означав до цього часу своєрідну «територіалізацію» бажання, то туризм – ерзац «детериторіалізації»: стирання не тільки географічних та культурних, але й психологічних та «ментальних» кордонів.

Відповідно класифікації масової культури Флієром А.Я., феномен туризму можна охарактеризувати як складний комплекс явищ, структурований у явище масової культури. Цей дослідник розглядає туризм як сукупність індустрії розваг, індустрії оздоровчого дозвілля, фізичної реабілітації людини та виправлення його тілесного іміджу, а також індустрії інтелектуального дозвілля [3., 144].

Враховуючи наведений аналіз літератури та інші праці, феномен туризму є об'єктом пильної уваги. В працях дослідників проблематизація ведеться скрізь призму таких понять як детериторіалізація та маргіналізація соціокультурного простору, децентрація соціальних суб'єктів, особистий потяг

до мандрів тощо. А також, можна прослідкувати, що з самого початку дослідження туризму, цей феномен суспільного життя має великий вплив на транснаціоналізацію культури в цілому та культури дозвілля зокрема.

Отже, саме через туризм відбувається «входження» індивідів в інше соціокультурне середовище, зустріч і діалог з ним не лише на особистісному, але й інституційному рівні. Слід зазначити, що туризм є важливим інструментом соціального розвитку, а його вміле використання виводить економіку країн на якісно новий рівень, забезпечує державам розвиток дотаційних територій, залучення додаткової робочої сили, швидкі та високі прибутки, відчутний прогрес у всіх сферах суспільного життя.

Досліджуючи тенденції розвитку туризму в сучасному світі, можна виділити загальносвітові чинники, що сприяють його поширенню і які, також, можна побачити і в Україні.

Перш за все, це чинник глобалізації. Глобалізація означає взаємозв'язок та взаємозалежність країн, що постійно зростають в наслідок відкритості кордонів та збільшення масштабів міжнародної торгівлі, а також послуг і капіталу. При цьому глобалізація забезпечує стандартизацію ділових процесів, різноманітність способів виробництва, форм і способів передачі інформації, появу нового цифрового простору. Також, слід зазначити, що глобалізація сприяє руйнуванню осілості сучасної людини і одночасно розширює життєві перспективи населення, і при цьому саме туризм дозволяє розширювати міжнародні контакти, більш повно обмінюватися культурною спадщиною.

По-друге, чинник інформатизації суспільства. Він не тільки визначає основу діяльності туристських організацій, але і дає можливість отримання оперативної, глибокої, наочної туристської інформації. Бронювання турпослуг за допомогою Інтернету стає типовою соціальною практикою для мільйонів людей у всьому світі. Цьому сприяє зростання користуванням Інтернету та безпроводних технологій, вдосконалення платіжних систем і механізмів захисту сайтів електронної комерції. Зараз європейський туристичний on-line ринок складається з наступних основних сегментів: сайти авіаліній (28%), туроператори (27%), он-

лайн агентства подорожей (26%), залізниці (9%), компанії по оренді автомобілів (3%) тощо. [6.,159]. Завдяки надзвичайно бурхливому впровадженню комп'ютерних технологій в туризм, можна говорити про початок так званої дигітальної революції в туристському секторі. Під впливом чинника інформатизації розвивається новий вид туризму – віртуальний.

Третій чинник - технологізація. Розвиток науки, техніки і технологій, їх впровадження і використання в туристській сфері, приводять до мобільності туристичних потоків, а також до виникнення нових специфічних видів туризму, наприклад космічного. Подорожі перших космічних туристів Деніса Тіто і Марка Шаттлуорта, можна кваліфікувати як «соціальний винахід», який, мабуть, буде поступово ставати звичним та типовим. Так, у списках потенційних космічних туристів вже близько сотні претендентів.

Отже, туризм є важливим чинником позитивної глобалізації сучасного соціуму, який сприяє перетворенню протистояння культур в їх діалог, збереженню природної та культурної спадщини, створює нові зони соціальної зайнятості та, за самою своєю природою, має більший, ніж інші суспільні феномени, потенціал щодо створення атмосфери взаєморозуміння та довіри між народами. В даний час туризм разом з глобальними інформаційними технологіями (наприклад, Інтернет-ресурсами) виконує роль каталізатора і детермінанта в процесах глобалізації і затвердження цінностей демократії і цивільного суспільства, тим самим відбувається розповсюдження прогресивних досягнень людської цивілізації по всьому світу.

Цінність здійснення мандрівок, безумовно, важлива як екзистенційний досвід пізнання та порівняння культурного простору різних культур та розуміння на основі даного аналізу своєї власної. Можна погодитися з М. Мід, яка стверджувала, що : «Мандрівник, який один раз вийшов з дому, є більш мудрішим, ніж той хто ніколи не переступав власного порогу, так і знання про іншу культуру повинно загострити нашу здатність пізнавати з більшою настирливістю, оцінювати з більшою симпатією нашу власну» [2.,95].

Завдяки туризму значно зростають духовні запити, відбувається диференціація соціальних потреб, виникає прагнення до систематичного ознайомлення з іншими моделями соціальної поведінки і матеріальною і духовною наочною діяльністю, відбувається чуттєве і наочне пізнання світу.

Підхід до туризму, як до масового тимчасового переміщення великих груп людей в інше соціокультурне середовище, відкриває можливість усвідомити його не як пересічне життєве явище, але як комплексний соціальний процес, що супроводжується формуванням нових соціальних структур та інфраструктур, а також спричинює глибокі трансформації в індивідуальній та суспільній свідомості.

Слід зазначити, що туризм має важливе значення в задоволенні цілого комплексу потреб людини, починаючи з базових, фізіологічних і закінчуючи пізнавальними, культурними, духовними, самореалізаційними. Завдяки туризму, людина може пізнати не тільки навколишній світ, життя та культуру інших народів, але й випробувати себе у незвичних екстремальних ситуаціях, більш глибоко пізнати та зрозуміти культуру свого народу, власний культурний горизонт сприйняття та розуміння світу.

Посилення взаємовпливів, взаємопроникнення культур, формування загальнолюдських культурних цінностей, втім не означає, що відбувається уніфікація культурних норм, способів світосприйняття, нівелювання національних культур, прийняття всіма народами загальної єдиної системи цінностей. Загальнолюдська культура, загальнолюдські цінності - це найкращі форми, зразки культури, створені різними поколіннями певного народу, нації, які стають надбанням всього цивілізованого людства. Вони сприймаються не механічно, не за рахунок ущемлення національної специфіки культури, а засвоюються відповідно до особливостей світогляду, традицій, способу життя певного народу чи нації.

Транснаціоналізація культурного простору засобами туризму – це процес, коли соціокультурний простір наповнюється новим ціннісно-смысловим змістом, для якого не існує кордонів. Тих національних кордонів у нашому

традиційному розумінні, які завжди виступали певним бар'єром для передачі . Границь тих національних, в нашому традиційному розумінні, які завжди виступали певним бар'єром для передачі ціннісно-сміслових світоглядних основ. Транснаціональна культура – це не тільки уніфікація та стандартизація, які є необхідними як важливий універсальний компонент, а й загальні універсальні принципи, які допомагають розуміти один одного у світовому масштабі.

Більше того, в сучасному світі значимість національних культур зростає, адже чим більше розвинута та чи інша національна культура, тим більше вона здатна поповнити скарбницю загальнолюдської культури. А успішний розвиток національної культури залежить від того, наскільки активно вона черпає і творчо засвоює прийнятні для неї цінності культури інших народів, їхньої культурної спадщини.

Висновок. Дослідження сфери туризму вносить певні інновації в розуміння підвалин формування та особливостей змін світоглядних і ціннісних орієнтацій в сучасну добу, оскільки в процесі міжкультурної, міжсоціальної комунікації, яка є наслідком і туризму в тому числі, відбувається осмислення та переосмислення туристами життєвих цінностей, світоглядних орієнтацій та культурних горизонтів власної свідомості.

Проведене дослідження доводить, що туристична діяльність соціальних суб'єктів, котра здійснюється за сприяння туристичних агенцій і державних органів, надає комунікації між народами гуманоцентрованого змісту, активізує екзистенційні виміри особистості, формує її світоглядні та культурні критерії, які визначальним чином впливають на встановлення атмосфери взаєморозуміння та довіри як між індивідами, так і між народами, які вони репрезентують.

Для України, як і для багатьох країн світу, туризм є стимулюючим чинником вдосконалення суспільних відносин, становлення неформальних соціальних інститутів, котрі конституюються як суттєві складові громадянського суспільства. Водночас в умовах демократичного суспільства

самоорганізація соціальних інститутів "знизу" стає більш цивілізованою, все більш відповідною еталонам демократії та свободи особистості.

Таким чином, туризм, за умови його належної організації, є ефективним соціальним інститутом, формою культури дозвілля, що може продуктивно розв'язувати невідкладні соціальні та моральні проблеми сучасного світового співтовариства, прискорювати вироблення ним моделей, програм і стратегій глобальної співпраці у напрямку подолання бідності та породжуваного на її ґрунті тероризму, пом'якшення напруженості між регіонами планети, досягнення якісно нового рівня суспільного розвитку.

Література:

1. Бауман З. От паломника до туриста// Социологический журнал, 1995. - № 4. – С. 145
2. Мид. М. Культура и мир детства. М.: Наука, 198. С. 95
3. Флиер А.Я. Массовая культура и ее социальные функции// ОНС. , 1998. - № 6. – С. 144-146.
4. Boorstin D. The Image. A Guide to Pseudo-Events in America. Ed.N.-J. Vintage Books, 1992.- 319 p.
5. Clifford J. Travel and Translation in the Late Twentieth Century. Cambridge, 1997. P. 24.
6. Harrison J. Thinking about Tourists // International Sociology Vol. 16 No.2, 2001. P. 159-172
7. MacCannell D. The Tourist: A New Theory of the Leisure Class. New York: Schocken. 1988. P.14.

